

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian regresional. Penelitian regresional bertujuan mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berpengaruh terhadap variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan koefisien regresi.

#### 3.2. Populasi dan Sampel

##### 3.2.1. Populasi

Populasi yang dipergunakan dalam penelitian skripsi ini adalah nasabah PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya.

##### 3.2.2. Sampel

Menurut Sugiono (2002 : 74) mengemukakan “teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”.

Dan metode yang digunakan adalah *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Dalam hal ini sampel yang digunakan sebanyak 100 nasabah PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya.



### 3.3. Identifikasi Penelitian dan Definisi Operasional

#### 3.3.1. Identifikasi Penelitian

##### 3.3.1.1. Variabel Bebas = X

Sesuai dengan judul penelitian dan perumusan masalah yang ada maka variabel bebas dalam penelitian ini adalah layanan ( $x_1$ ), dan keunggulan produk ( $x_2$ ).

##### 3.3.1.2. Variabel Terikat = Y

Sesuai dengan judul penelitian dan rumusan masalah yang ada maka variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y).

#### 3.3.2. Definisi Operasional

Definisi operasional, yaitu penjabaran secara khusus dan terinci tentang variabel yang akan dianalisis, sehingga variabel tersebut benar-benar dapat diukur.

Adapun definisi operasional, yaitu :

##### 1. Layanan ( $x_1$ ).

Layanan, adalah variabel yang diukur dari jasa pelayanan perbankan yang diberikan kepada nasabah baik berupa sikap, ketrampilan, dan penampilan karyawan. Adapun indikator-indikatornya yaitu :

- a. Bagian *teller* dan *customer service officer* (CSO) dalam menyapa semua nasabah yang akan melakukan transaksi dengan senyum, suara ramah, jelas, tidak terburu-buru, sopan santun, bersahabat
- b. Bagian *teller* dalam melakukan pelayanan semua nasabah dilakukan dengan cepat, sehingga tidak mengakibatkan antrian panjang di PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya



- c. Bagian *customer service officer* (CSO) dalam melayani semua nasabah seperti menangani komplain dengan memberikan informasi bersikap sigap
- d. Pemakaian seragam bagian teller dan *customer service officer* (CSO) terlihat rapi, sopan, menarik, dan memenuhi standar bank
- e. Dalam melayani transaksi kepada nasabah petugas melakukan dengan cepat dan teliti.
- f. Bagian teller dan *customer service officer* (CSO) dalam memeriksa kebenaran pengisian data/formulir/slip/warkat dan identitas nasabah dilakukan dengan teliti

2. Keunggulan produk tahapan ( $x_2$ ).

Variabel yang diukur dari keunggulan produk tahapan BCA. Adapun indikator-indikatornya yaitu :

- a. Respon produk tahapan di PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya.
- b. Produk tahapan dilengkapi dengan fasilitas lengkap.
- c. Produk tahapan memberikan berbagai kemudahan yang sangat membantu dalam bertransaksi bagi seluruh nasabah di PT. BCA Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya.
- d. Produk tahapan memberikan undian hadiah secara berkesinambungan yang menarik kepada seluruh nasabah di PT. BCA Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya.



### 3. Kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah, adalah variabel yang diukur dari sikap respon nasabah setelah memperoleh dan menggunakan layanan yang diberikan oleh PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya yang berhubungan dengan penjelasan produk bank yang jelas dan cara mengatasi komplain nasabah dengan benar. Adapun indikator-indikatornya yaitu :

- a. Lokasi PT. BCA Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya strategis mudah dijangkau, dan parkir kendaraan aman
- b. Standar layanan bank yang diberikan bagian *teller* dan *customer service officer* (CSO) di PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya dilakukan dengan baik
- c. Penanganan komplain bagian *customer service officer* (CSO) di PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya dilakukan dengan baik
- d. Bagian *teller* dan *customer service officer* (CSO) dalam memproses transaksi (posting, validasi, fiat bayar) nasabah dilakukan dengan teliti
- e. Bagian *teller* dan *customer service officer* (CSO) dalam menghitung uang di hadapan nasabah dilakukan sangat cepat dan jelas.
- f. Pada akhir layanan nasabah tetap menginginkan kualitas layanan tetap terjaga, oleh bagian *teller* dan *customer service officer* (CSO) dengan mengucapkan terima kasih dan salam
- g. Bagian *teller* dan *customer service officer* (CSO) dalam memberikan penjelasan produk secara profesional untuk meningkatkan kualitas pelayanan bank



- h. Bagian *teller* dan *customer service officer* (CSO) pada saat melakukan transaksi tidak berbicara dengan rekan sekerja mengenai hal-hal di luar transaksi nasabah
- i. Produk tahapan dengan saldo awal yang terjangkau nasabah, terdapat kemudahan bertransaksi, dan banyak undian hadiahnya

### 3.4. Jenis dan Sumber Data

#### 3.4.1. Jenis Data

Data menurut jenisnya ada 2, yaitu :

1. Data kuantitatif, adalah data yang berwujud angka-angka, dimana data ini diperoleh dari pengukuran langsung maupun dari angka-angka yang diperoleh dengan mengubah data kualitatif menjadi data kuantitatif.
2. Data kualitatif, adalah data yang berhubungan dengan kategori, karakteristik berwujud pertanyaan (kuesioner) atau berupa kata-kata.

#### 3.4.2. Sumber Data

Ada beberapa sumber data untuk penyusunan penulisan skripsi, adalah :

1. Data primer, adalah pencatatan dan penyebaran kuesioner-kuesioner kepada 100 nasabah PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya berdasarkan umur, pendidikan, pekerjaan, lamanya menjadi nasabah dan keaktifan nasabah dalam bertransaksi.
2. Data sekunder, adalah pemilahan dan pencatatan literatur-literatur, dan info majalah Bank Central Asia yang kaitannya dengan topik skripsi.



### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data di PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya dengan menggunakan metode, sebagai berikut :

1. Riset kepustakaan, adalah cara mengumpulkan data berdasarkan pada teori yang penulis peroleh dari literatur yang ada hubungannya, dengan permasalahan yang penulis sajikan.
2. Riset lapangan, adalah cara mengumpulkan data dengan cara mengadakan pengamatan dan pencatatan secara langsung ke obyek penelitian sesuai dengan permasalahan yang penulis sajikan, adalah sebagai berikut :

a. Observasi.

Teknik pengumpulan data dengan jalan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang akan diteliti, hal ini sangat membantu dalam suatu kegiatan pengumpulan, pengolahan penyajian dan analisis data yang dilakukan dengan metode ilmiah yang hasilnya dapat memberikan suatu kesimpulan yang berguna bagi semua pihak.

b. Dokumentasi.

Pengumpulan data dengan jalan mencatat data dari perusahaan.

c. Kuesioner.

Pengumpulan data melalui daftar pertanyaan berdasarkan *profile* responden tentang indikator-indikator yang akan diteliti dalam penelitian ini.



### 3.6. Teknik Pengolahan Data

Proses pengolahan data dilakukan dengan cara, yaitu :

1. Tabulasi.  
Dari data yang terpilih ditabulasikan sesuai klasifikasi data yaitu penjelasan klasifikasi profil karyawan, guna memudahkan proses analisis dan pencarian hubungan untuk menentukan pemecahan masalah.
2. Editing, merupakan memperbaiki dan menyempurnakan data yang telah diperoleh dari Koperasi Karyawan PT Bank Central Asia, Tbk.
3. Coding, adalah menyusun dan menjumlah hasil jawaban responden sesuai urutan nilai skor 1-5 yang ditentukan.

### 3.7. Teknik Pengujian Validitas dan Reabilitas Instrumen

#### 3.7.1. Teknik Pengujian Validitas Instrumen

Teknik pengujian validitas yang digunakan dalam analisis data, adalah pengujian validitas terhadap item atau pertanyaan. Menurut Sugiyono (2004 : 109) pengujian validitas adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang harus diukur.

Dengan demikian, pengujian terhadap validitas item atau pertanyaan ini dilakukan dengan menggunakan Uji Korelasi Produk Momen Pearson melalui program SPSS 11.0.

#### 3.7.2. Teknik Pengujian Reliabilitas Instrumen

Menurut Sugiyono (2004 : 126) pengujian reliabilitas instrumen adalah dapat dilakukan secara eksternal maupun internal, secara eksternal adalah



keduanya; sedangkan secara internal adalah reabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu. Oleh Sugiyono (2004 : 126) pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan *internal consistency* dengan teknik belah dua (*split half*) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown.

Menurut Alhusin (2003 : 342) metode belah dua (*split half method*), adalah suatu metode yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara total skor pada item atau pertanyaan yang ganjil dengan total skor pertanyaan yang genap, kemudian pengujian dilanjutkan dengan menggunakan pengujian rumus Spearman Brown.

### 3.8. Analisis Otokorelasi

Untuk menguji ada tidaknya otokorelasi digunakan pengujian Durbin-Watson (Durbin-Watson Test For Autocorrelation) dengan rumus :

$$d = \frac{\sum (e_t - e_{t-1})^2}{\sum e_t^2}$$

Prosedur pengujian :

1. Menentukan formulasi hipotesis.
  - H<sub>0</sub> : tidak ada otokorelasi
  - H<sub>i</sub> : ada otokorelasi positif/negatif
2. Menentukan kriteria pengujian :
  - H<sub>o</sub> diterima jika  $d > d_u$
  - H<sub>o</sub> ditolak jika  $d < d_i$



### 3.9. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

#### 3.9.1. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dengan menggunakan analisis linier berganda yang diolah dengan bantuan alat komputer melalui program SPSS 11.0.

Ada beberapa teknik analisis data, sebagai berikut :

##### 1. Analisis Regresi linier berganda.

Menurut Anto Dajan (1986 : 399), mengemukakan “model analisis regresi, yaitu :  $Y = \beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + e_i$ ”. Pada analisis regresi ini, juga akan dihitung besarnya korelasi baik parsial maupun simultan.

Keterangan :  $Y$  = Kepuasan nasabah

$x_1$  = Layanan

$x_2$  = Keunggulan produk tahapan

$e_i$  = Faktor pengganggu di luar persamaan

$\beta_1 - \beta_2$  = Koefisien regresi

##### 2. Analisis Koefisien Determinasi.

Sedangkan untuk mengetahui apakah model analisis tersebut cukup layak digunakan untuk pembuktian selanjutnya dan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat, perlu untuk diketahui nilai  $R^2$  (koefisien determinasi) menggunakan rumus :

$$R^2 = \frac{ESS}{TSS} \quad (\text{Sudjana, 1990 : 101})$$



dimana :

ESS = Jumlah kuadrat regresi

TSS = Jumlah kuadrat total

Karakteristik utama dari  $R^2$  adalah :

1. Tidak mempunyai nilai negatif.
2. Nilai berkisar antara 0 dan 1 atau  $0 \leq R^2 \leq 1$ .

### 3.9.2. Teknik Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji F.

Dilakukan pengujian uji F, adalah untuk mengetahui ada pengaruh secara keseluruhan variabel  $x_1$ , dan  $x_2$  terhadap Y.

Adapaun prosedur pengujian uji F, sebagai berikut :

- a.  $H_0 : \beta_1 = 0$  ( $x_1, x_2$  secara bersama tidak berpengaruh terhadap Y)  
 $H_1 : \beta_1 \neq 0$  ( $x_1, x_2$  secara bersama berpengaruh terhadap Y)
- b. Dalam penelitian ini digunakan  $\alpha = 0,05$  dengan derajat bebas ( $n - k - 1$ ), yaitu :  
 $n$  = jumlah pengamatan dan  $k$  = jumlah variabel.
- c. Dengan  $F_{hitung}$  sebesar :

$$F_{hitung} = \frac{ESS}{RSS} \dots \dots \dots (\text{Syahri Alhusin; 2003 : 124})$$

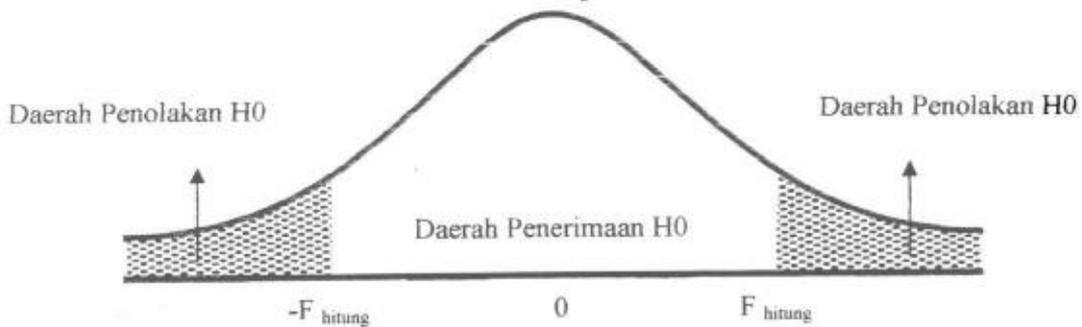
dimana : ESS (*explained sum of square*) = jumlah kuadrat regresi.

RSS (*residual sum of square*) = jumlah kuadrat kesalahan pengganggu.

- d. Kurva pengujian uji F, sebagai berikut :



Gambar 3.1  
Kurva Uji F



Sumber : Syahri Alhusin, Aplikasi Statistik Praktis Dengan SPSS 10 for Windows, Edisi Revisi, Cetakan Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2003, hal. 139.

$H_0$  ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$

$H_1$  diterima jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

## 2. Uji t.

Dilakukan uji t, adalah untuk mengetahui ada pengaruh secara individu variabel bebas. Adapun prosedur pengujian uji t, sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = 0$  (tidak ada pengaruh)

$H_1 : \beta_1 \neq 0$  (ada pengaruh)

$$t_{hitung} = \frac{\beta_i}{Se(\beta_i)} \quad (\text{Supranto; 1997 : 120})$$

dengan derajat kebebasan sebesar  $n - k - 1$

Keterangan :  $\beta_i$  = Koefisien regresi

Se = Standar error

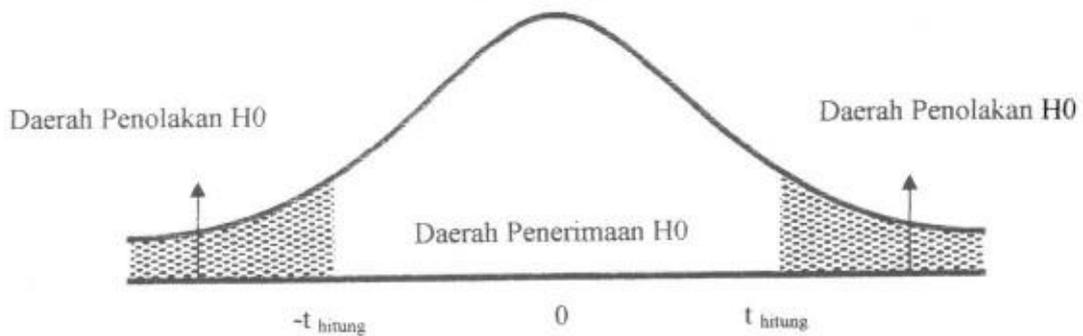
n = Jumlah sample

k = Parameter regresi

Daerah kritis  $H_0$  melalui kurva distribusi t, sebagai berikut :



Gambar 3.2  
Kurva Uji t



Sumber : Syahri Alhusin, Aplikasi Statistik Praktis Dengan SPSS 10 for Windows, Edisi Revisi, Cetakan Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2003, hal. 190.

Syarat :

- Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- Apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.



## BAB IV

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

##### 4.1.1. Sejarah Singkat Bank Central Asia

Bank Central Asia yang juga dikenal dengan nama BCA didirikan pada tanggal 10 Agustus 1955 dengan nama Bank Central Asia NV. Pada tanggal 21 Pebruari 1957 Bank Central Asia NV. mulai beroperasi. Pada tahun 1957–1990 BCA mengalami pertumbuhan cepat dalam aktiva dan pasiva. Pada tahun 1977 BCA menjadi Bank Devisa. Pada tahun 1984–1985 BCA membuka Kantor Perwakilan di Hongkong dan Singapore diikuti cabang Luar Negeri di New York. Pada tahun 1988–1990 (awal) setelah deregulasi sektor perbankan Indonesia tahun 1988. BCA terus mengembangkan jaringan cabang-cabang secara agresif.

Sekitar tahun 1990 BCA mengembangkan *delivery channel* alternatifnya dan jaringan ATM-nya mengalami pertumbuhan cepat. Pada tahun 1997 Thailand mengalami krisis moneter diikuti negara-negara lain di Asia termasuk Indonesia. Pada bulan Mei 1998 setelah kerusuhan besar di Indonesia, BCA mengalami rush dari para nasabahnya sehingga pada bulan dan tahun yang sama BCA diambil alih oleh Pemerintah dan diikutsertakan ke dalam program rekapitalisasi dan restrukturisasi yang dilaksanakan oleh Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN).

Pada bulan Desember 1998 jumlah total simpanan BCA kembali mencapai tingkat sebelum krisis. Pada bulan Mei 1999 BCA telah selesai direkapitalisasi



dan sebagian besar kredit yang diberikan BCA dipertukarkan dengan obligasi Pemerintah. Pemerintah Indonesia melalui BPPN kemudian menguasai 92,8% dari kepemilikan BCA. Kepercayaan masyarakat untuk menyimpan dana pada BCA merupakan salah satu asset terpenting yang dimiliki oleh BCA. BCA kemudian tumbuh menjadi Bank Retail/Consumer terbesar di Indonesia.

Kinerja yang mengesankan tersebut, mengantarkan BCA berhasil keluar dari BPPN pada bulan April 2000, sehingga kini statusnya bukan sebagai Bank *Take Over* (BTO) lagi. Kinerja ini menjadi dasar bagi BCA untuk mengambil langkah strategis dengan melakukan go public di pasar modal. BPPN pada bulan Mei 2000 melalui Initial Public Offering mendivestasikan 22,5% dari seluruh saham BCA, sehingga kepemilikan atas BCA berkurang menjadi 70,3%. Sejak saat itu, BCA menjadi perusahaan *public*. Pada bulan Juni–Juli 2001 BPPN melalui *public offering* kedua mendivestasikan 588.800.000 lembar sahamnya yang merupakan 10% dari seluruh saham BCA, sehingga kepemilikan BPPN atas BCA menjadi 60,33%, selanjutnya pada bulan Maret–April 2002 BPPN mendivestasikan 51% dari seluruh saham BCA melalui strategic private placement yang dimenangkan oleh Farindo Investment (Mauritius) Limited.

BCA senantiasa mengupayakan terjadinya keseimbangan antara keuntungan yang diperoleh dengan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah. Dengan selalu menjaga kepercayaan nasabah, BCA siap menghadapi era globalisasi. Pusat dari kegiatan BCA di Jakarta untuk mengembangkan bisnis perbankan dalam pelayanan terhadap masyarakat dan dapat menguasai pasar, maka dibukalah cabang-cabang utama dan cabang pembantu guna membantu



masyarakat dalam mengadakan hubungan dagangnya melalui cabang-cabang BCA pada lokasi yang terdekat, sehingga masyarakat dapat melakukan transaksi. Salah satunya dengan dibukanya Kantor Cabang Pembantu Kusuma Bangsa – Surabaya, pada tanggal 31 Desember 1989.

#### 4.1.2. Misi Bank Central Asia

Dengan menerapkan manajemen profesional, Bank Central Asia turut menunjang pembangunan ekonomi Indonesia, memberikan jasa perbankan yang beragam dan berkualitas tinggi, khususnya kepada nasabah ritel dan komersial melalui jaringan kantor cabang yang tersebar luas serta mencapai *return on assets* di atas rata-rata industri perbankan nasional.

Dalam rangka mewujudkan cita-cita tersebut, Bank Central Asia menerapkan tiga strategi bisnis yang menjadi pilar dalam membangun sebuah bank yang sehat, terpercaya, dan sukses secara komersial.

Ketiga pilar tersebut, adalah sebagai berikut :

1. Memperkokoh posisi sebagai bank transaksi yang menjadi pilihan nasabah.
2. Meningkatkan peran intermediasi keuangan.
3. Mengembangkan Bank Central Asia sebagai lembaga keuangan terkemuka.

#### 4.1.3. Keunggulan-Keunggulan Bank Central Asia

Sebagai bank transaksional BCA menawarkan rangkaian jasa yang luas untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan spesifik para nasabah. Sebagai lembaga intermediasi keuangan, BCA telah bekerja keras untuk memperkuat sisi kredit dengan mempersiapkan berbagai paket yang menarik bagi nasabah yang potensial. BCA memiliki sejumlah keunggulan yang menjadi kunci keberhasilan BCA



dalam menyediakan jasa-jasa yang berguna, efisien dan mudah. Adapun keunggulan-keunggulannya sebagai berikut :

1. Tim manajemen yang sangat professional yang selalu mengikuti kebijakan dan regulasi perbankan nasional dan internasional.
2. Sumber daya manusia (SDM) yang terlatih baik dan berorientasi pada pelayanan bagi nasabah.
3. Rangkaian produk dan jasa yang inovatif dan memenuhi kebutuhan aktual.
4. Pemanfaatan teknologi paling mutakhir secara tepat.
5. Upaya terus-menerus dalam mempertahankan tingkat pengamanan perbankan yang paling tinggi.
6. Jaringan luas kantor cabang dan pembantu di seluruh Indonesia.
7. Pilihan saluran penghantaran (*delivery channel*) yang luas untuk mencapai tingkat kenyamanan pelanggan yang maksimum.
8. Lebih dari 3.020 terminal ATM tunai maupun non tunai yang disediakan di berbagai lokasi yang strategis di seluruh Indonesia.

Secara keseluruhan keunggulan-keunggulan BCA meliputi :

1. Produk dan layanan BCA, sebagai berikut :
  - a. Savings, meliputi :
    - 1) Rekening tahapan.

Simpanan pihak ketiga atau nasabah kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut ketentuan atau syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan



atau lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu, tabungannya berbentuk buku.

2) Rekening Tapres.

Simpanan pihak ketiga atau nasabah kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut ketentuan atau syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu. Tabungannya berbentuk kartu, setiap bulannya menerima rekening koran.

3) Rekening giro.

Simpanan pihak ketiga atau nasabah kepada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindahbukuan.

4) Deposito berjangka.

Simpanan pihak ketiga atau nasabah kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian antara pihak ketiga dan bank yang bersangkutan.

5) Sertifikat deposito.

Deposito yang diterbitkan atas unjuk dan dapat dipindahtangankan atau diperjualbelikan, serta dapat dijadikan jaminan bagi permohonan kredit.



b. Perbankan Elektronik, meliputi :

1) ATM BCA.

Fasilitas yang diberikan kepada nasabah rekening tabungan dan rekening pribadi untuk melakukan transaksi perbankan dengan kartu ATM Paspor BCA di mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri).

2) Debit BCA.

a) Kartu yang dapat digunakan untuk membayar barang atau jasa di toko-toko (*merchant*) yang menerima pembayaran dengan kartu ATM.

b) Rekening pemegang kartu yang langsung dipotong pada saat transaksi disetujui

3) Tunai BCA.

Fasilitas yang diberikan kepada pemegang kartu ATM Paspor BCA untuk melakukan penarikan tunai dari Merchant yang berpartisipasi dalam layanan tunai BCA.

4) Internet Banking Klik BCA.

Fasilitas yang diberikan pemegang kartu ATM Paspor BCA untuk transaksi perbankan non cash melalui situs web [www.klikbca.com](http://www.klikbca.com).

5) Mobile Banking m-BCA.

Fasilitas perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi baik *financial* maupun non *financial* melalui *handphone*/telepon selular.



## 6) BCA Link.

Produk perbankan elektronis guna membantu pelanggan korporasi dalam mengelola keuangan mereka melalui komputer personal.

## 7) BCA by Phone.

Sarana untuk meningkatkan layanan dan kemudahan bagi nasabah BCA untuk memperoleh informasi suku bunga, rekening giro dan tapres dan kartu kredit melalui pesawat telepon sistem *touch tone* (bukan sistem pulsa).

## c. Kartu Kredit, meliputi :

## 1) BCA Card.

Kartu kredit yang dikeluarkan oleh BCA yang memiliki jaringan luas di seluruh Indonesia dengan jasa-jasanya yang diberikan oleh bank.

## 2) BCA MasterCard.

Kartu kredit yang dikeluarkan oleh BCA yang bekerja sama dengan Master Internasional yang memiliki jaringan di seluruh dunia dengan jasa-jasa yang diberikan oleh bank.

## 3) BCA Visa, adalah kartu kredit yang dikeluarkan oleh BCA yang bekerja sama dengan Visa Internasional yang memiliki jaringan di seluruh dunia dengan jasa-jasa yang diberikan oleh bank.

## 4) JCB.

Kartu kredit yang dikeluarkan oleh Japan Card Beureau yang bekerja sama dengan BCA yang memiliki jaringan di seluruh dunia dan memiliki jasa-jasa yang diberikan oleh bank.



d. Layanan Transaksi Perbankan, meliputi :

1) Safe Deposit Box.

Safe Deposit Box untuk menyimpan benda-benda berharga dan menjamin keamanan barang berharga nasabah.

2) Pengiriman Uang.

Layanan kiriman uang dalam valuta asing yang ditujukan kepada pihak penerima yang berdomisili baik di dalam maupun di luar negeri. Produk yang ditawarkan oleh BCA Remittance meliputi kiriman uang dengan sarana *telegraphic transfer (TT/wire transfer)* maupun sarana *demand draft (bankdraft)*.

3) Inkaso dan Kliring.

Inkaso, yaitu layanan yang membantu nasabah BCA untuk menagihkan warkat, baik dalam mata uang Rupiah atau mata uang asing ke bank tertarik. Jenis warkat yang dapat ditagihkan berupa cek/bilyet giro pribadi, cek/bilyet giro perusahaan, atau bank draft. Sedangkan, kliring adalah jasa untuk menagihkan warkat bank lain dalam bentuk rupiah dan dalam satu wilayah kliring.

4) Mata Uang Asing.

Terdiri dari 12 mata uang, meliputi : Australian Dollar (AUD), Canadian Dollar (CAD), Swiss Franc (CHF), Danish Krone (DKK), Euro (EUR), Great Britain Poundsterling (GBP), Hongkong Dollar (HKD), Japanese Yen (JPY), Saudi Arabian Riyal (SAR), Swedish



Krona (SEK), Singapore Dollar (SGD), dan United States Dollar (USD).

5) Travellers Cheque.

Suatu warkat yang diterbitkan oleh bank atau lembaga keuangan bukan bank dalam bentuk pecahan nominal mata uang tertentu sebagai alat pembayaran atau pengganti uang tunai, yang biasanya digunakan orang yang akan melakukan perjalanan, hingga dikenal dengan nama cek perjalanan.

e. Fasilitas Kredit.

1) KPPR.

Pinjaman yang ditujukan untuk membiayai pembelian dan perbaikan rumah tinggal untuk dimiliki/ditempati sendiri. KPR BCA diberikan kepada perorangan maupun karyawan perusahaan yang memenuhi persyaratan dan mampu membayar dengan cara mengangsur.

2) Kredit Kendaraan Bermotor.

Pinjaman yang ditujukan untuk pembelian kendaraan bermotor yang diberikan kepada perorangan maupun karyawan perusahaan yang memenuhi persyaratan dan mempunyai kemampuan membayar dengan cara mengangsur.

3) Kredit Modal Kerja.

Pinjaman yang ditujukan untuk nasabah yang membutuhkan sumber dana tambahan untuk meningkatkan produksi yang cepat, mudah, dan murah.



4) Kredit Berjangka (*Revolving*).

Pinjaman jangka pendek yang memberikan keleluasaan dalam penarikan dan pelunasannya karena dapat dilakukan secara bertahap sesuai dengan kebutuhan anda.

5) Kredit Angsuran.

Pinjaman untuk membiayai pembelian barang-barang modal dan/atau tambahan modal kerja dalam rangka peremajaan, perluasan, peningkatan kapasitas usaha anda, atau pendirian unit usaha baru. Pengembalian uang dapat diangsur dalam jangka waktu pendek maupun menengah.

6) Kredit Ekspor.

Pinjaman khusus jangka pendek bagi eksportir atau pemasok untuk membiayai kegiatan pra ekspor.

7) *Trust Receipt*.

Pinjaman jangka pendek untuk penebusan dokumen-dokumen impor setelah semua kewajiban-kewajiban pembayaran Bea Masuk terhadap Pabean dipenuhi.

8) Kredit Investasi.

Pinjaman khusus untuk pembelian barang-barang modal dengan dana Two Step Loan dari Bank Indonesia. Pengembalian pinjaman ini dapat diangsur dalam jangka waktu menengah atau panjang.



## 9) Kredit Sindikasi.

Fasilitas kredit yang diberikan bank kepada debitur (biasanya nasabah korporasi/perusahaan) secara bersama-sama dengan bank-bank lain berdasarkan kesepakatan bersama atas beberapa ketentuan, seperti porsi volume kredit masing-masing bank, tingkat suku bunga, porsi jaminan (agunan) masing-masing bank, wanprestasi oleh debitur, berbagai fee, dan lain-lain. Kredit sindikasi biasanya diberikan bank karena kekurangan dana (jika dibiayai sendiri) atau menghindari terjadinya pelanggaran atas batas maksimum pemberian kredit (BMPK).

## f. Fasilitas Expor–Impor.

## 1) Letter of Credit (L/C).

Merupakan janji bayar dari Bank Pembuka kepada pihak Eksportir sepanjang mampu menyerahkan dokumen yang sesuai dengan syarat dan kondisi L/C.

## 2) Negosiasi.

Merupakan pembayaran di muka kepada eksportir melalui pengambilalihan dokumen ekspor atas dasar L/C.

## 3) Diskonto.

Apabila memiliki tagihan atas L/C ekspor berjangka yang sudah diterima (*accepted*) Bank pembuka L/C, kepada dimungkinkan untuk menarik pembayaran terlebih dahulu dengan menjual tagihan tersebut kepada BCA.



4) *Documentary Collections*.

Selain L/C, nasabah dapat melakukan transaksi ekspor impor dengan menggunakan instrumen pembayaran *documentary collections*.

g. Bank Garansi.

Adalah, garansi dalam bentuk warkat yang diterbitkan oleh bank, yang mengakibatkan kewajiban membayar terhadap pihak yang menerima garansi apabila pihak yang dijamin cidera janji (wanprestasi).

1) Bid Bond.

Garansi diterbitkan untuk memenuhi prasyarat mengikuti tender/lelang.

2) Payment Bond.

Garansi yang diterbitkan untuk menjamin pembayaran nasabah kepada pihak ketiga.

3) Advance Payment Bond.

Garansi diterbitkan untuk menjamin pelaksanaan suatu pekerjaan nasabah yang telah dibayar terlebih dahulu oleh pihak ketiga.

4) Performance Bond.

Garansi yang diterbitkan untuk menjamin pelaksanaan suatu proyek, umumnya proyek konstruksi, milik pihak ketiga.

5) Pusat Pengelolaan Pembebasan dan Pengembalian Bea Masuk (P4BM).

Garansi yang diterbitkan khusus untuk menjamin pembayaran oleh nasabah kepada P4BM atas Bea Masuk, Bea Masuk Tambahan dan



PPN terhadap barang dan bahan jasa impor yang ditangguhkan pembayarannya.

h. Fasilitas Valuta Asing.

1) Forward.

Transaksi penjualan atau pembelian valuta asing dalam jumlah dan harga tertentu dengan penyerahan dan penerimaan dana dilaksanakan lebih dari 2 hari kerja sejak tanggal transaksi.

2) Swap.

Transaksi gabungan jual beli antara 2 jenis mata uang dalam jumlah dan harga tertentu melalui pembelian tunai (SPOT) dan penjualan kembali secara berjangka (FORWARD) atau penjualan tunai (SPOT) dan pembelian kembali secara berjangka (FORWARD).

2. Teknologi.

BCA dapat berbangga hati atas pemakaian teknologi yang strategis, dan penggunaan teknologi yang canggih secara tepat telah menjadi unsur penting dalam kekuatan kompetitif BCA. Adanya teknologi yang sangat selektif, dimana telah diakui baik di tingkat nasional maupun internasional sebagai pemimpin dalam aplikasi teknologi. Keputusan di dalam melakukan pemilihan teknologi selalu didasarkan pada visi sebagai bank transaksional terkemuka. Itulah sebabnya fokus dari BCA adalah dengan mengupayakan secara maksimal dan efisiensi operasional serta menyempurnakan pelayanan kepada nasabah.



Penggunaan teknologi untuk mendukung tresuri, pengelolaan risiko dan pengembangan saluran penghantaran yang terus-menerus dilakukan.

3. Kontinuitas Bisnis.

Sesuai dengan peraturan yang ditetapkan Bank Indonesia, telah memperkuat dan merelokasikan Disaster Recovery Center (DRC) BCA ke sebuah lokasi di luar negeri dengan bantuan salah satu penyedia TI terbesar di dunia.

4. Pengamanan (security).

Untuk memastikan bahwa BCA mengimplementasikan sistem pengamanan yang sebaik mungkin, BCA memanfaatkan jasa Trusecure Corporation, sebuah perusahaan yang berbasis di Amerika Serikat. Perusahaan konsultan pengamanan ini secara teratur mengevaluasi pengamanan sistem dan memberikan rekomendasi untuk tindakan-tindakan penyempurnaan yang perlu diambil. Perusahaan ini juga akan memberikan sertifikat kepada BCA selama mereka merasa puas dengan usaha dalam memastikan bahwa system BCA memiliki tingkat pengamanan yang tertinggi yang mungkin dicapai.

5. Jaringan BCA.

Dengan memanfaatkan teknologi dan sumber daya manusia yang sangat terlatih, BCA telah berhasil memperluas jaringannya baik jaringan konvensional maupun elektronik untuk memberikan pengalaman perbankan yang paling nyaman bagi para nasabah. Pada bulan September 2004 para nasaban BCA dapat menghubungi 762 kantor cabang di seluruh Indonesia di samping dua kantor perwakilan di Hong Kong dan Singapura. Jasa-jasa



khusus bagi pelanggan premium BCA prioritas juga tersedia di 112 kantor cabang.

Sementara kartu-kartu kredit BCA juga diterima di lebih dari 27.500 merchant. Di tingkat internasional BCA bekerja sama dengan 1.666 bank korespondensi di 97 negara guna menyediakan jasa-jasa seperti perintah pembayaran (payment order).

Berbagai teknologi e-banking juga telah memungkinkan kami memperluas pilihan saluran penghantaran BCA. Terminal ATM BCA berjumlah 3.020 dan tersebar di seluruh Indonesia, dan BCA juga telah mulai menyediakan mesin-mesin teller non tunai di lokasi-lokasi strategis. Kartu-kartu Debit BCA juga diterima di lebih dari 10.000 merchant di 41.000 gerai dengan 23.000 terminal Elektronik Data Capture (EDC), sementara kartu-kartu tunai BCA memungkinkan para merchant membantu para pembeli yang membutuhkan uang tunai dengan mendebit dengan jumlah melebihi jumlah yang harus dibayar.

Dengan klikBCA, telah menyediakan bagi individu maupun pemilik bisnis berbagai layanan perbankan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah masing-masing melalui internet. Sementara itu, juga nasabah yang selalu bepergian, telah disediakan jasa mobile banking melalui saluran-saluran m-BCA, SMS Top Up BCA, BCA by Phone dan Halo BCA. Infrastruktur broadband nirkabel digunakan di seluruh DKI Jakarta untuk menjamin komunikasi data berkecepatan tinggi diantara kantor pusat dan kantor-kantor cabang.



#### 4.1.4. Lokasi Perusahaan

PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya berada di jalan Kusuma Bangsa no. 37 Surabaya.

Pemilihan lokasi tersebut didasarkan atas pertimbangan, yaitu :

1. Letaknya yang strategis yang berada di tengah kota.
2. Dari lokasi yang strategis tersebut dapat memberikan peluang untuk menciptakan segmen pasar baru.
3. Efisiensi tenaga, waktu dan biaya untuk kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan instansi luar.

#### 4.1.5. Keunggulan Produk Tahapan BCA

TAHAPAN BCA (Tabungan Hari Depan) merupakan salah satu produk perbankan unggulan kami, karena TAHAPAN merupakan rekening tabungan yang menyediakan berbagai fasilitas kemudahan dan hadiah yang menarik. Didukung kurang lebih 3.020 jaringan ATM (Anjungan Tunai Mandiri/*Automatic Teller Machine*) BCA dan 762 kantor cabang yang terhubung secara online, menjadikan aktifitas perbankan menjadi begitu mudah dan menyenangkan.

Selain itu, kartu debit BCA juga dapat digunakan di 41 ribu gerai dan 2.881 ATM di seluruh Tanah Air. Kartu debit BCA saat ini digunakan 5,6 juta orang (setengah dari pemegang kartu debit di Tanah Air) dengan total transaksi mencapai Rp 8,6 triliun per tahun.

#### 4.1.6. Struktur Organisasi Bank Central Asia

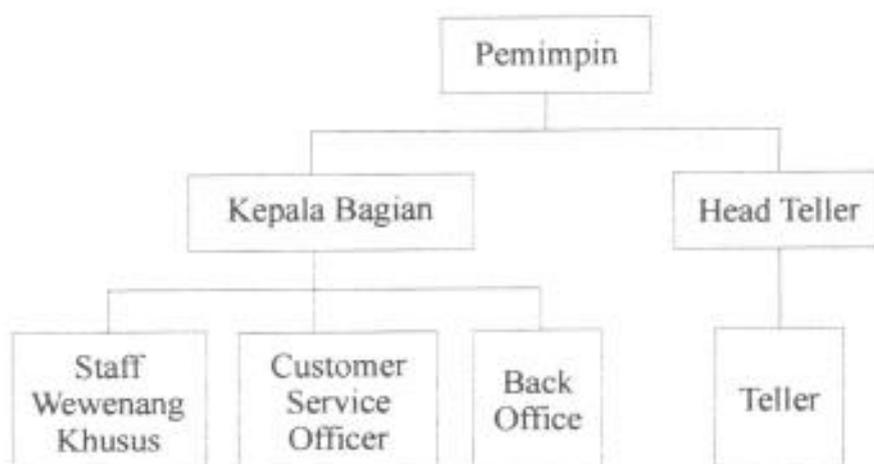
Sebagai salah satu perusahaan berkembang di Indonesia PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya memiliki struktur organisasi dan



manajemen perusahaan yang khusus agar dapat menjalankan usahanya secara pro aktif dan efisien. Organisasi, adalah alat untuk mencapai suatu tujuan dasar kerjasama, yang mempunyai bentuk atau susunan yang secara jelas dan formil merumuskan bidang tugas tiap-tiap unsur serta menegaskan hubungan antara yang satu dan yang lain dalam rangkaian hirarki.

Untuk itu dilakukan pembagian pada tiap-tiap bagian perusahaan. Susunan organisasi PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya tertuang pada 31 Desember 1989 terdiri dari unsur-unsur Perencanaan, Pelaksanaan, Pelayanan dan Pengawasan dapat dilihat pada gambar 4.1, yaitu :

Gambar 4.1  
Struktur Organisasi P. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa



Sumber data : PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya

Pembagian tugas dari masing-masing bagian pada perusahaan PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya, secara garis besarnya dapat diuraikan :





1. Pemimpin Cabang Pembantu.

Tugas dan tanggungjawab, adalah melakukan fungsi manajerial, monitoring dan koordinasi secara aktif atas seluruh jalannya kegiatan di Kantor Cabang Pembantu agar dapat dicapai efektivitas dan produktivitas yang optimal.

2. Kabag.

Tugasnya, adalah bertanggungjawab ke Pemimpin dan membawahi staf administrasi, *customer service officer* (CSO) dan *teller*.

3. Staf Wewenang Khusus (SWK).

Merupakan staff yang mempunyai wewenang khusus dan bertanggungjawab ke Kepala Bagian.

4. Back Office (BO).

Tugasnya, adalah menangani *teller* kliring, pemindahbukuan, dan inkaso.

5. *Customer Service Officer* (CSO).

Tugas dan tanggungjawabnya, yaitu memberikan layanan kepada nasabah dalam hal memberikan informasi, menampung keluhan nasabah, "*cross selling*" dan membantu nasabah untuk menyelesaikan masalah yang timbul.

6. *Teller*.

Tugas dan tanggungjawabnya, adalah memberikan jasa layanan transaksi baik yang bersifat transaksi tunai maupun non tunai kepada nasabah.

#### 4.1.7. SDM Yang Profesional

Untuk mengelola berbagai asset tersebut Bank Central Asia juga mendidik dan melatih Sumber Daya Manusia secara terus menerus, baik di dalam maupun luar negeri, sehingga mampu beradaptasi dengan lingkungan perbankan Indonesia

dan dunia yang terus berubah serta mampu mengantisipasi masa depan secara lebih baik.

Per Desember 2002, sejumlah 21.599 karyawan Bank Central Asia yang professional di bidangnya masing-masing, siap melayani nasabah di seluruh Indonesia dengan salah satu motonya yakni “Sigap Menarik Antusias Ramah Teliti (SMART)”. Bank Central Asia telah melakukan implementasi modul SAP *Human Resources* yang akan mempermudah pengembangan SDM dan mengurangi proses manual.

## 4.2. Diskripsi Hasil Penelitian

### 4.2.1. Tanggapan Responden Untuk Dimensi Layanan

Dimensi layanan merupakan hal yang berkaitan dengan sikap *teller* terhadap nasabah dalam senyum, salam, siap membantu, proses transaksi dengan teliti, konfirmasi, sebut nama, dan terima kasih di PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya.

Tabel 4.1  
TANGGAPAN RESPONDEN UNTUK DIMENSI LAYANAN

$x_i$	Kuesioner						Rata-rata
	1	2	3	4	5	6	
Layanan	449	451	570	509	431	549	2.959
Rata-rata	4,490	4,510	5,700	5,090	4,310	5,490	29,590

Sumber : data lampiran 2 diolah.

Berdasarkan pada tabel 4.1 di atas, bahwa pernyataan “bagian *customer service officer* (CSO) dalam melayani semua nasabah seperti menangani komplain dengan memberikan informasi bersikap sigap” memiliki rata-rata yang terbesar yaitu sebesar 5,700 yang artinya terdapat 34 responden yang menjawab sangat



setuju pada pernyataan nomor 3 variabel layanan ( $x_1$ ). Sedangkan pernyataan “dalam melayani transaksi kepada nasabah petugas melakukan dengan cepat” mempunyai rata-rata terendah yaitu sebesar 4,310 artinya terdapat 2 responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan nomor 5 variabel layanan ( $x_1$ ).

#### 4.2.2. Tanggapan Responden Untuk Dimensi Keunggulan Produk Tahapan

Dimensi keunggulan produk tahapan merupakan keunggulan produk tahapan yang memberikan berbagai kemudahan dan hadiah bagi para nasabah di PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya.

Tabel 4.2  
TANGGAPAN RESPONDEN UNTUK DIMENSI KEUNGGULAN PRODUK

$x_2$	Kuesioner				Total
	1	2	3	4	
<i>Responsiveness</i>	573	584	556	541	2.254
Rata-rata	5,730	5,840	5,560	5,410	22.540

Sumber : data lampiran 3 diolah.

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa pernyataan “Setoran awal produk tahapan dapat terjangkau oleh kalangan nasabah yang aktif di PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya” memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 5,840, artinya bahwa terdapat 63 responden yang menjawab setuju pada pernyataan nomor 2 variabel keunggulan produk ( $x_2$ ). Sedangkan pernyataan “produk tahapan memberikan undian hadiah secara berkesinambungan yang menarik kepada nasabah yang beruntung di PT. BCA Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya” memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 5,410, artinya bahwa terdapat 19 responden yang menjawab setuju pada pernyataan nomor 4 variabel keunggulan produk ( $x_2$ ).



### 4.2.3. Tanggapan Responden Untuk Dimensi Kepuasan Nasabah

Kepuasan konsumen merupakan yang mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan keseluruhan sikap konsumen setelah memperoleh dan menggunakan layanan yang diberikan oleh PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya.

Tabel 4.3  
TANGGAPAN RESPONDEN UNTUK DIMENSI KEPUASAN NASABAH

Y	Kuesioner									Rata-rata
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Kepuasan Nasabah	695	524	386	430	436	536	556	524	540	4.627
Rata-rata	695	524	386	430	436	536	556	524	540	46,270

Sumber : data lampiran 4 diolah.

Dari tabel 4.3 di atas, bahwa pernyataan "lokasi PT. BCA Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya strategis mudah dijangkau, dan parkir kendaraan aman" mempunyai nilai rata-rata tertinggi sebesar 6,950, artinya bahwa terdapat 95 responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan nomor 1 variabel kepuasan nasabah (Y). Sedangkan pernyataan "penanganan komplain bagian *customer service officer* (CSO) di PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya dilakukan dengan baik" memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 3,860, artinya bahwa terdapat 9 responden yang menjawab sangat setuju pada pernyataan nomor 3 variabel kepuasan nasabah (Y).



### 4.3. Analisis

#### 4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas dengan korelasi

##### 4.3.1.1. Uji Validitas Dengan Korelasi

##### 1. Uji validitas dengan korelasi untuk layanan ( $x_1$ ).

Untuk melakukan uji validitas item terhadap data di atas, maka terlebih dahulu dimasukkan data jawaban kuesioner nasabah untuk layanan lampiran 2 pada SPSS 11.0.

Setelah dilakukan pengolahan data lampiran 2 di atas ke dalam SPSS, maka diperoleh hasil perhitungan uji validitas yang dapat dilihat pada lampiran 5 mengenai hasil printout SPSS pengujian validitas layanan ( $x_1$ ). Adapun rekapitulasi dari lampiran 5 dapat dilihat pada tabel 4.4 mengenai hasil analisis item instrumen layanan ( $x_1$ ) sebagai berikut :

Tabel 4.4  
HASIL ANALISIS ITEM INSTRUMEN LAYANAN ( $x_1$ )

No. Butir Instrumen	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	0,600	Valid
2	0,397	Valid
3	0,862	Valid
4	0,908	Valid
5	0,652	Valid
6	0,933	Valid

Sumber : print out SPSS lampiran 5.

Untuk menguji apakah korelasi tersebut signifikan atau tidak, maka hasil uji  $r_{hitung}$  dapat dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi minimal 95%. Dari data  $r_{tabel}$ , dengan taraf signifikansi 95% dan  $N=100$  adalah 0,195, sedangkan taraf signifikan 99% dengan  $N = 100$  adalah 0,256.

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa item yang korelasinya signifikansi terdapat 6 item yang korelasinya di atas/> nilai  $r_{tabel}$  sebesar



0,05% yaitu item 2 sebesar  $0,397 > r$  tabel  $0,195$ , sedangkan item 1, 3, 4, 5, dan 6 yang korelasinya di atas/ $>$  nilai  $r$  tabel  $0,01\%$  sebesar  $0,256$ . Dengan demikian, terdapat 6 item yang signifikan yang dianggap valid, dan selebihnya yang dianggap tidak valid tidak ada.

## 2. Uji validitas dengan korelasi untuk keunggulan produk ( $x_2$ ).

Untuk melakukan uji validitas item terhadap data di atas, maka terlebih dahulu dimasukkan data jawaban kuesioner nasabah untuk keunggulan produk lampiran 3 pada SPSS 11.0.

Setelah dilakukan pengolahan data lampiran 3 di atas ke dalam SPSS, maka diperoleh hasil perhitungan uji validitas yang dapat dilihat pada lampiran 8 mengenai hasil printout SPSS pengujian validitas keunggulan produk ( $x_2$ ). Adapun rekapitulasi dari lampiran 8 dapat dilihat pada tabel 4.5 mengenai hasil analisis item instrumen keunggulan produk ( $x_2$ ) sebagai berikut :

Tabel 4.5  
HASIL ANALISIS ITEM INSTRUMEN KEUNGGULAN PRODUK ( $x_2$ )

No. Butir Instrumen	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	0,845	Valid
2	0,837	Valid
3	0,868	Valid
4	0,905	Valid

Sumber : print out SPSS lampiran 8.

Untuk menguji apakah korelasi tersebut signifikan atau tidak, maka hasil uji  $r$  hitung dapat dibandingkan dengan  $r$  tabel dengan taraf signifikansi minimal 95%. Dari data  $r$  tabel, dengan taraf signifikansi 95% dan  $N = 100$  adalah  $0,195$ , sedangkan taraf signifikansi 99% dengan  $N = 100$  adalah  $0,256$ .



Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa item yang korelasinya signifikansi terdapat 4 item yang korelasinya di atas/ $>$  nilai  $r$  tabel sebesar sebesar 0,01% yaitu item 1, 2, 3, dan 4 sebesar 0,845, 0,837, 0,868, dan 0,905  $>$   $r$  tabel 0,256. Dengan demikian, terdapat 4 item yang signifikans yang dianggap valid, dan yang dianggap tidak valid tidak ada.

### 3 Uji validitas dengan korelasi untuk kepuasan nasabah (Y).

Untuk melakukan uji validitas item terhadap data di atas, maka terlebih dahulu dimasukkan data jawaban kuesioner nasabah untuk kepuasan nasabah lampiran 4 pada SPSS 11.0.

Setelah dilakukan pengolahan data lampiran 4 di atas ke dalam SPSS, maka diperoleh hasil perhitungan uji validitas yang dapat dilihat pada lampiran 11 mengenai hasil printout SPSS pengujian validitas kepuasan nasabah (Y). Adapun rekapitulasi dari lampiran 11 dapat dilihat pada tabel 4.6 mengenai hasil analisis item instrumen kepuasan nasabah (Y) yaitu :

Tabel 4.6  
HASIL ANALISIS ITEM INSTRUMEN KEPUASAN NASABAH (Y)

No. Butir Instrumen	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	-0,026	Tidak Valid
2	0,543	Valid
3	0,643	Valid
4	0,676	Valid
5	0,684	Valid
6	0,649	Valid
7	0,448	Valid
8	0,540	Valid
9	0,672	Valid

Sumber : print out SPSS lampiran 13.

Untuk menguji apakah korelasi tersebut signifikan atau tidak, maka hasil uji  $r$  <sub>hitung</sub> dapat dibandingkan dengan  $r$  <sub>tabel</sub> dengan taraf signifikansi



minimal 95%. Dari data  $r_{\text{tabel}}$ , dengan taraf signifikansi 95% dan  $N = 100$  adalah 0,195, sedangkan taraf signifikansi 99% dengan  $N = 100$  adalah 0,256.

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa item yang korelasinya signifikansi terdapat 9 item yang korelasinya di atas/ $>$  nilai  $r_{\text{tabel}}$  4 item sebesar 0,01% yaitu item 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 dan 9 sebesar 0,543, 0,643, 0,676, 0,684, 0,649, 0,448, 0,540, 0,672  $>$   $r_{\text{tabel}}$  0,256. Dengan demikian, terdapat 8 item yang signifikans yang dianggap valid, dan selebihnya 1 item tidak signifikans yang dianggap tidak valid.

#### 4.3.1.2. Uji Reliabilitas Dengan Korelasi

##### 1. Uji reliabilitas dengan korelasi untuk layanan ( $x_1$ ).

Untuk pengujian reliabilitas dengan SPSS, maka digunakan metode yang paling banyak digunakan yaitu metode belah dua (*split half methode*). Yang dimaksud metode belah dua (*split half methode*) yaitu dihitung total skor nomor item ganjil dan genap. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 6 mengenai data skor item nomor ganjil dan genap layanan ( $x_1$ ).

Berdasarkan pada lampiran 7 mengenai data skor item nomor ganjil dan genap layanan ( $x_1$ ) untuk langkah selanjutnya dilakukan pengolahan data ke program SPSS yang dapat dilihat pada lampiran 7 mengenai hasil printout SPSS pengujian reliabilitas layanan ( $x_1$ ).

Dari hasil printout SPSS pengujian reliabilitas layanan ( $x_1$ ) menunjukkan bahwa hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar 0,770. Korelasi ini menunjukkan tingkat signifikansi yang tinggi, di



mana tanda bidang dua menunjukkan bahwa korelasi signifikan pada  $\alpha = 0,01\%$ , artinya nilai korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar  $0,770 >$  dari  $r_{tabel}$  sebesar  $0,256$  menunjukkan tingkat reabilitas layanan ( $x_1$ ) sangat tinggi.

## 2. Uji reliabilitas dengan korelasi untuk keunggulan produk ( $x_2$ ).

Untuk pengujian reliabilitas dengan SPSS, maka digunakan metode yang paling banyak digunakan yaitu metode belah dua (*split half methode*). Yang dimaksud metode belah dua (*split half methode*) yaitu dihitung total skor nomor item ganjil dan genap. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 9 mengenai data skor item nomor ganjil dan genap keunggulan produk ( $x_2$ ).

Berdasarkan pada lampiran 10 mengenai data skor item nomor ganjil dan genap keunggulan produk ( $x_2$ ) untuk langkah selanjutnya dilakukan pengolahan data ke program SPSS yang dapat dilihat pada lampiran 10 mengenai hasil printout SPSS pengujian reliabilitas keunggulan produk ( $x_2$ ).

Dari hasil printout SPSS pengujian reliabilitas keunggulan produk ( $x_2$ ) menunjukkan bahwa hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar  $0,862$ . Korelasi ini menunjukkan tingkat signifikansi yang tinggi, di mana tanda bidang satu menunjukkan bahwa korelasi signifikan pada  $\alpha = 0,01\%$ , artinya nilai korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar  $0,862 >$  dari  $r_{tabel}$  sebesar  $0,256$  menunjukkan tingkat reabilitas keunggulan produk ( $x_2$ ) yang tinggi.



### 3. Uji reliabilitas dengan korelasi untuk kepuasan nasabah (Y).

Untuk pengujian reliabilitas dengan SPSS, maka digunakan metode yang paling banyak digunakan yaitu metode belah dua (*split half methode*). Yang dimaksud metode belah dua (*split half methode*) yaitu dihitung total skor nomor item ganjil dan genap. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 11 mengenai data skor item nomor ganjil dan genap kepuasan nasabah (Y).

Berdasarkan pada lampiran 12 mengenai data skor item nomor ganjil dan genap kepuasan nasabah (Y) untuk langkah selanjutnya dilakukan pengolahan data ke program SPSS yang dapat dilihat pada lampiran 12 mengenai hasil printout SPSS pengujian reliabilitas kepuasan nasabah (Y).

Dari hasil printout SPSS pengujian reliabilitas kepuasan nasabah (Y) menunjukkan bahwa hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar 0,683. Korelasi ini menunjukkan tingkat signifikansi yang tinggi, di mana tanda bidang satu menunjukkan bahwa korelasi signifikans pada  $\alpha = 0,01\%$ , artinya nilai korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar  $0,686 >$  dari  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,256 menunjukkan tingkat reabilitas kepuasan nasabah (Y) yang sangat tinggi.

#### 4.3.2. Analisis Otokorelasi

Berdasarkan lampiran 3, diketahui pada tabel model summary yaitu pada nilai Durbin-Watson sebesar 2,161. Dengan  $\alpha = 5\%$ ,  $n = 100$  dan  $k = 2$ , maka didapat harga Durbin Watson tabel yaitu  $d_i = 1,63$  dan  $d_u = 1,72$ . Artinya uji d



2,161 > 1,72, maka  $H_0$  diterima, jadi tidak ada otokorelasi dalam model regresi tersebut.

#### 4.3.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk kepentingan analisis data dengan statistik, hipotesis nol yang digunakan adalah tidak ada hubungan yang positif antara layanan dan keunggulan produk perbankan dengan kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya selama periode tahun 2005.

Langkah selanjutnya, adalah mengolah data dengan memasukkan data ke dalam komputer dengan menggunakan komputer dengan aplikasi program SPSS 11.0, yaitu dengan cara analisis data statistik. Model analisis data yang dipergunakan dalam penelitian dengan regresi linier berganda, di mana persamaannya, yaitu :  $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$ .

Untuk diperolehnya model regresi tersebut di atas, terlebih dahulu diketahui data-data analisis regresi linier berganda. Data-data tersebut terdiri 2 variabel bebas yaitu layanan ( $x_1$ ) dan keunggulan produk ( $x_2$ ) dan variabel terikat kepuasan nasabah ( $Y$ ). Untuk lebih jelasnya, data-data analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada lampiran 14.

Berdasarkan data-data analisis regresi linier berganda pada lampiran 14 di atas, kemudian data tersebut diolah dengan program SPSS 11.0 yaitu dengan analisis regresi linier berganda, di mana hasil perhitungan analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada lampiran 15. Hasil perhitungan analisis regresi berganda pada lampiran 15 dapat direkapitulasikan pada tabel 4.7, yaitu :



Tabel 4.7  
Rekapitulasi Hasil Analisa Regresi Berganda

Konstanta (a)	-6,017
Koefisien regresi ( $b_1$ )	0,877
Koefisien regresi ( $b_2$ )	0,861
R Squared	0,626
Partial $r^2$ : $x_1$	0,627
$x_2$	0,436
F <sub>hit</sub> (ratio)	81,311
F <sub>tabel</sub> (ratio)	3,07
t <sub>hitung/observasi</sub> $x_1$	7,929
$x_2$	4,777
t <sub>tabel</sub>	1,980
Level of Significant	0,025
Standard Error of estimation	3,998

Sumber : lampiran 15 telah diolah.

Dari tabel 4.7 di atas, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda, yaitu sebagai berikut :  $Y = -6,017 + 0,877x_1 + 0,861x_2$ .

Dari persamaan regresi berganda tersebut di atas, dapat dijelaskan, antara lain :

Konstanta (a) sebesar -6,017, artinya apabila variabel bebas tersebut sama dengan konstan, maka diprediksikan kepuasan nasabah (Y) sebesar -6,017 satuan.

Koefisien regresi untuk nilai layanan ( $x_1$ ) sebesar 0,877, berarti jika nilai layanan ( $x_1$ ) naik satu satuan, maka kepuasan nasabah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,877 satuan.

Koefisien regresi untuk nilai keunggulan produk ( $x_2$ ) sebesar 0,861, berarti jika nilai keunggulan produk ( $x_2$ ) naik satu satuan, maka kepuasan nasabah (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,861 satuan.

#### 4.3.4. Analisis Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel 4.7 rekapitulasi hasil analisa regresi berganda di atas, nilai koefisien determinasi berganda/R square sebesar 0,626, artinya seluruh variabel bebas yaitu  $x_1$  dan  $x_2$  dapat menjelaskan variabel tidak bebas (tergantung)



yaitu Y sebesar 62,60%, sedangkan 37,40% dipengaruhi oleh variabel selain  $x_1$  dan  $x_2$ .

#### 4.3.5. Pengujian secara simultan (Uji F)

Untuk mengetahui hubungan atau pengaruh dari variabel bebas secara simultan atau keseluruhan terhadap variabel terikat digunakan uji F. Berdasarkan pada lampiran 15, diketahui analisis varians hubungan secara simultan atau keseluruhan, yaitu :

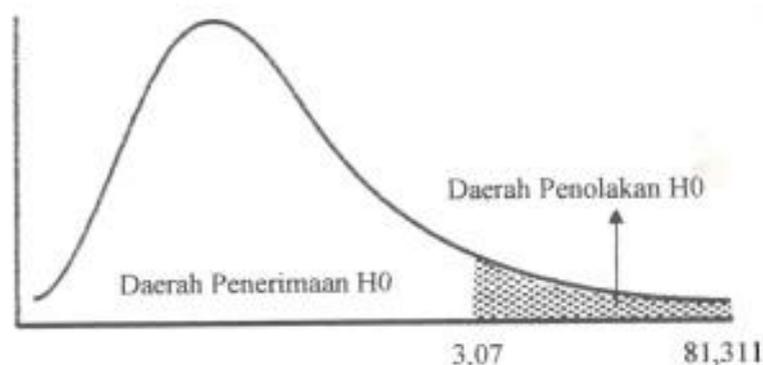
TABEL 4.8  
ANALISIS VARIANS HUBUNGAN

Source	Sum of Squares	D.F.	Mean Square	F	Sig.
Regression	2599,332	2	1299,666	81,311	0,000 <sup>a</sup>
Error	1550,428	97	15,984		
Total	4149,760	99			

Sumber : data lampiran 15.

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  (81,311) >  $F_{tabel}$  pada df pembilang 2 dan df penyebut 97 sebesar 3,07, artinya ada pengaruh secara serempak variabel layanan ( $x_1$ ) dan keunggulan produk ( $x_2$ ) terhadap kepuasan nasabah (Y).

GAMBAR 4.2  
KURVA UJI F



#### 4.3.6. Pengujian secara parsial (Uji t).

Untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial atau individu terhadap variabel terikat digunakan analisis uji t. Dalam tabel 4.4 di atas merupakan tampilan hubungan regresi antara variabel bebas dengan variabel terikat dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Hubungan secara parsial antara variabel Y dengan variabel  $x_1$ .

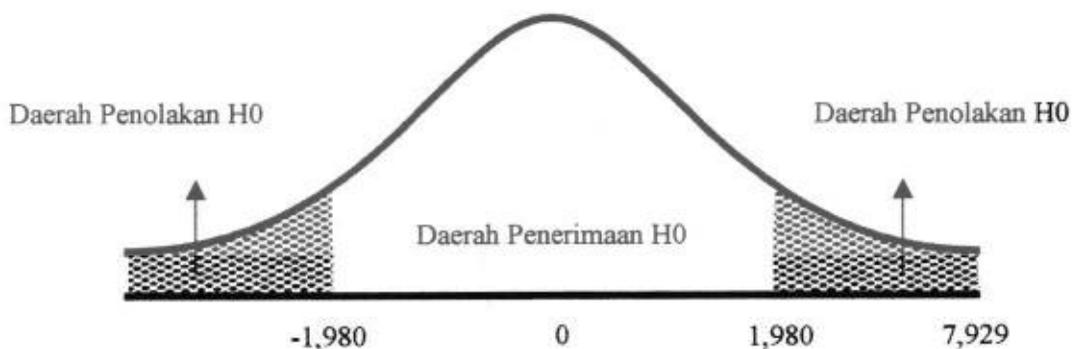
Langkah-langkah pengujian :

- a.  $H_0 : b_1 = 0$  (tidak ada pengaruh)  
 $H_1 : b_1 \neq 0$  (ada pengaruh)
- b. Level of significant =  $0,05/2 = 0,025$
- c. t tabel pada  $df = 97$  sebesar 1,980

Dari perhitungan didapat  $t_{hitung}$  sebesar 7,929, karena  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  1,980, maka  $H_0$  ditolak pada *level of significant* 5%, sehingga secara parsial variabel layanan ( $x_1$ ) berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan nasabah (Y).

Nilai  $r^2$  parsial untuk variabel layanan ( $x_1$ ) sebesar 0,627 berarti bahwa variabel layanan ( $x_1$ ) mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 62,70%, dan sisanya 37,30% dipengaruhi oleh faktor lain.

GAMBAR 4.3  
KURVA UJI t UNTUK  $x_1$



2. Hubungan secara parsial antara variabel Y dengan variabel  $x_2$ .

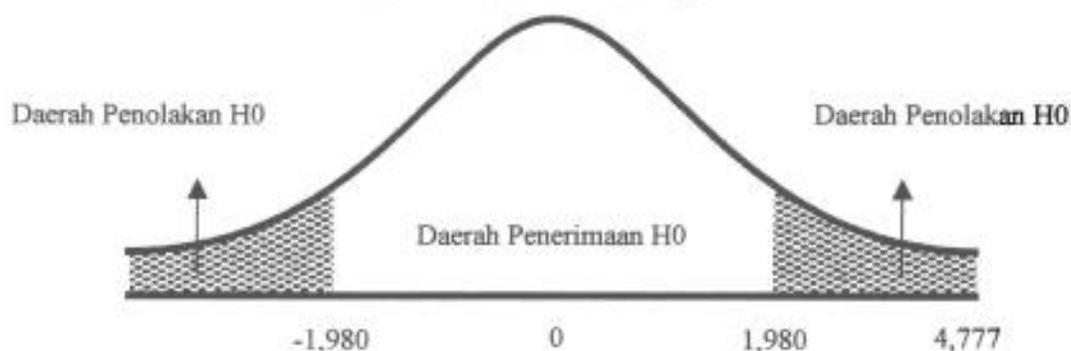
Langkah-langkah pengujian :

- $H_0 : b_2 = 0$  (tidak ada pengaruh)  
 $H_1 : b_2 \neq 0$  (ada pengaruh)
- Level of significant* =  $0,05/2 = 0,025$
- t tabel pada  $df = 97$  sebesar 1,980

Dari perhitungan didapat  $t_{hitung}$  sebesar 4,777, karena  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  1,980, maka  $H_0$  ditolak pada *level of significant* 5%, sehingga secara parsial variabel keunggulan produk ( $x_2$ ) berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan nasabah (Y).

Nilai  $r^2$  parsial untuk variabel keunggulan produk ( $x_2$ ) sebesar 0,436 berarti bahwa variabel keunggulan produk ( $x_2$ ) mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 43,60% dan sisanya 56,40% dipengaruhi oleh faktor lain.

GAMBAR 4.4  
KURVA UJI t UNTUK  $x_2$



Berdasarkan dari uji hipotesis yang terlihat pada tabel 4.7, bahwa variabel yang paling dominan yaitu variabel layanan ( $x_1$ ) yang mana nilai koefisien regresinya

sebesar 0,877 lebih besar dibandingkan nilai koefisien regresi variabel keunggulan produk ( $x_2$ ) sebesar 0,861.

#### 4.4. Pembahasan

Berdasarkan dari uraian di atas, mengenai variabel bebas layanan ( $x_1$ ) dan keunggulan produk ( $x_2$ ) di PT. Bank Central Asia Tbk. KCP Kusuma Bangsa Surabaya terhadap variabel terikat kepuasan nasabah (Y), bahwa :

1. Dari uji validitas untuk layanan ( $x_1$ ) menunjukkan bahwa terdapat 6 item yang signifikans dianggap valid, dan tidak signifikans yang dianggap tidak valid tidak ada. Dan uji validitas untuk keunggulan produk ( $x_2$ ) menunjukkan bahwa terdapat 4 item yang signifikans dianggap valid, dan tidak signifikans yang dianggap tidak valid tidak ada. Serta uji validitas untuk kepuasan nasabah (Y) menunjukkan bahwa terdapat 8 item yang signifikans dianggap valid, dan selebihnya 1 item tidak signifikans yang dianggap tidak valid.
2. Dari uji reliabilitas untuk layanan ( $x_1$ ) menunjukkan bahwa hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar  $0,770 >$  dari  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,256 menunjukkan tingkat reabilitas layanan ( $x_1$ ) sangat tinggi. Dan uji reliabilitas untuk keunggulan produk ( $x_2$ ) menunjukkan bahwa hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar  $0,862 >$  dari  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,256 menunjukkan tingkat reabilitas keunggulan produk ( $x_2$ ) yang tinggi. Serta uji reliabilitas untuk kepuasan nasabah (Y) menunjukkan bahwa hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap adalah sebesar  $0,686 >$  dari  $r_{\text{tabel}}$



sebesar 0,256 menunjukkan tingkat reabilitas kepuasan nasabah (Y) yang sangat tinggi.

3. Nilai Durbin-Watson sebesar 2,161. Dengan  $\alpha = 5\%$ ,  $n = 100$  dan  $k = 2$ , maka didapat harga Durbin Watson tabel yaitu  $d_i = 1,63$  dan  $d_u = 1,72$ . Artinya uji  $d$   $2,162 > 1,72$ , maka  $H_0$  diterima, jadi tidak ada otokorelasi dalam model regresi.
4. Nilai koefisien regresi untuk variabel bebas layanan ( $x_1$ ) sebesar 0,877 merupakan variabel bebas yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel bebas layanan ( $x_1$ ) sebesar  $7,929 > t_{tabel} 1,980$ , artinya terdapat pengaruh layanan ( $x_1$ ) terhadap kepuasan nasabah (Y). Signifikan yang diperoleh sebesar  $0,000 < \alpha = 0,05$ , artinya terdapat pengaruh variabel bebas layanan ( $x_1$ ) dengan kepuasan nasabah (Y). Nilai koefisien parsial variabel bebas layanan ( $x_1$ ) sebesar 0,627 artinya variasi (perubahan) variabel bebas layanan ( $x_1$ ) mampu menjelaskan variasi (perubahan) kepuasan nasabah (Y) sebesar 62,70%.
4. Nilai koefisien regresi untuk variabel bebas keunggulan produk ( $x_2$ ) sebesar 0,861 merupakan variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel bebas keunggulan produk ( $x_2$ ) sebesar  $4,777 > t_{tabel} 1,980$ , artinya terdapat pengaruh keunggulan produk ( $x_2$ ) terhadap kepuasan nasabah (Y). Signifikan yang diperoleh sebesar  $0,000 < \alpha = 0,05$ , artinya terdapat pengaruh variabel bebas keunggulan produk ( $x_2$ ) dengan kepuasan nasabah (Y). Nilai koefisien parsial variabel bebas keunggulan produk ( $x_2$ ) sebesar 0,436, artinya variasi (perubahan) variabel



bebas keunggulan produk ( $x_2$ ) mampu menjelaskan variasi (perubahan) kepuasan nasabah ( $Y$ ) sebesar 43,60%.

5. Dari kedua variabel bebas yang diteliti, ternyata variabel bebas layanan ( $x_1$ ) memiliki pengaruh paling dominan, dimana dengan nilai  $t$  sebesar 7,929 dengan koefisien regresi 0,877 lebih besar dari nilai  $t$  variabel bebas keunggulan produk ( $x_2$ ) sebesar 4,777 dengan koefisien regresi 0,861.

